

**АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ К ПРОДУКТАМ
ПЕРЕРАБОТКИ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ СИБИРСКОГО РЕГИОНА КАК
ИСТОЧНИКАМ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ**

Иванова А. Б.,

научный руководитель д-р техн. наук Пушмина И. Н.

Сибирский федеральный университет

Сегодня, в тренде тенденций, современный потребитель отдает предпочтение натуральным добавкам из растительного сырья, которые могут вводиться в состав кондитерских изделий; сахаристых, мучных, хлебобулочных изделий и хлебопродуктов, молочной и молкосодержащей продукции, безалкогольных напитков, пищевых концентратов и многих других товарных групп пищевых продуктов. Для этого традиционно используют ягоды в виде джемов, подварок, повидла, сиропов, пюре, паст.

Наряду с высоким содержанием экстрактивных веществ растений, продукты переработки ягод содержат высокоценные биологически активные компоненты, положительно влияющие на функциональные способности организма и, кроме того, наиболее оптимально усваиваемые организмом. В этом их основное преимущество перед синтетическими добавками.

Целью работы явилось изучение потребительских предпочтений к продуктам переработки растительного сырья Сибирского региона как источникам функциональных ингредиентов, используемых в технологии получения новых видов обогащенного безглютенового хлеба.

При создании пищевых продуктов, обогащенных микронутриентами, весьма важно учитывать мнение потребителей, на которых будут ориентированы данные продукты.

Спрос, выделенный как наиболее значимый фактор, формирующий потребительские свойства паст на основе культивируемого и дикорастущего плодово-ягодного сырья, оценивали путем изучения потребительских предпочтений; выявляли отношение потребителей к плодам ирги, черноплодной рябины и продуктам их переработки, как к сырьевому ресурсу перспективному для получения растительных паст.

В период с октября по декабрь 2013 г. был проведен социологический опрос жителей г. Красноярска с целью изучения отношения потребителей к плодам ирги, черноплодной рябины и продуктам их переработки. Исследование проводилось в форме тестового опроса. Респондентам предлагалось ответить на вопросы анкеты. Анкета содержала открытые и, так называемые, закрытые вопросы, при ответе на которые предлагалось выбрать ответ из имеющихся вариантов. При этом, на большинство вопросов анкеты разрешалось выбирать только один вариант ответа.

Объем выборки составил 500 человек. Отбор опрашиваемых проводился в соответствии с установленными квотами по полу, возрасту и образованию, которые вычислялись с использованием данных Красноярского комитета Федеральной службы государственной статистики.

Статистическая погрешность данных, полученных в представленном исследовании, не превышала 4,50% при доверительной вероятности 95%. В связи с этим, результаты, полученные в исследовании, можно распространить на всех жителей г. Красноярска с высоким уровнем точности.

Из 500 опрошенных 281 человек (56,2%) составляли женщины и 219 человека (43,8%) – мужчины. Распределение респондентов в зависимости от пола и возраста представлено на рисунке 1. Количество опрошенных с высшим и незаконченным высшим образованием составило 49,5%, средним и средним специальным – 38,2%, начальным профессиональным – 12,3%.

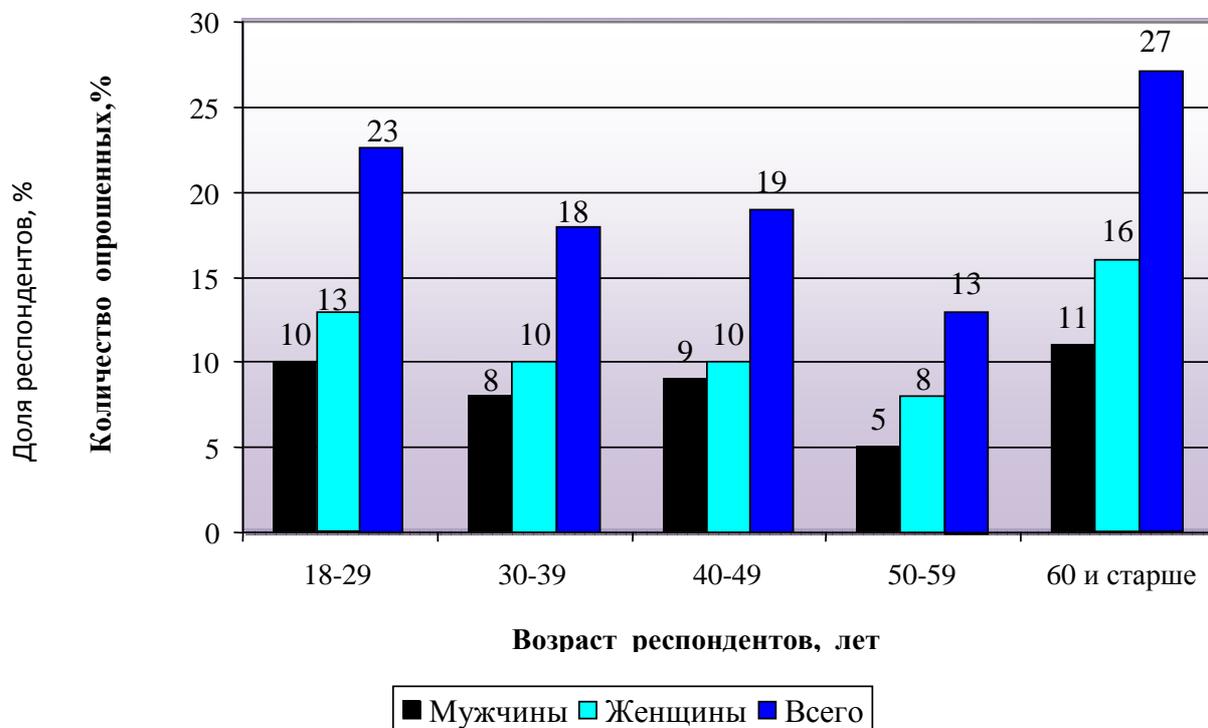


Рис. 3.1 – Половозрастная характеристика респондентов

Результаты опроса показали, что 87,3 % респондентов считают иргу и черноплодную рябину полезными для организма человека. Однако на вопрос «Встречали ли вы в торговой сети продукты на основе ирги и черноплодной рябины» большинство респондентов ответили – «не встречал» (72,6 % и 75,6 % соответственно для ирги и черноплодной рябины).

Ирга и черноплодная рябина широко культивируется на территории России, в том числе и в Сибирском регионе, и используется в питании населения. Поэтому важно узнать делают ли респонденты домашние заготовки из этого вида растительного сырья при отсутствии его на рынке.

Заготовки из ирги делают 17,7 % респондентов, а из черноплодной рябины – всего 8,7 % респондентов.

Для определения значимости потребительских свойств продуктов переработки плодово-ягодного сырья, респондентам был предложен открытый вопрос «При покупке продуктов переработки плодов и ягод обязательно обращаю внимание на ...». Ответы проанализированы и систематизированы в 9 групп.

Критерии, по которым ориентируются покупатели - женщины при покупке продуктов переработки ирги и черноплодной рябины, и распределение ответов на данный вопрос следующее (%):

- органолептические свойства – 23,4;
- срок годности – 19,8;

- цена и стоимость – 17,5;
- свойства, определяемые составом (химический состав, безопасность) – 14,5;
- упаковка и ее дизайн, маркировка – 12,5;
- наименование и производитель – 9,9;
- качество (сертификация по международным стандартам ИСО и ХАССП) – 8,1;
- отсутствие пищевых синтетических (искусственных) добавок – 3,4;
- пищевая ценность, в том числе полезность для организма – 3,2.

Критерии, по которым ориентируются покупатели - мужчины при покупке продуктов переработки ирги и черноплодной рябины, и распределение ответов на указанный вопрос следующее (%):

- органолептические свойства – 17,5;
- срок годности – 14,4;
- цена и стоимость – 12,1;
- свойства, определяемые составом (химический состав, безопасность) – 9,6;
- упаковка и ее дизайн, маркировка – 7,9;
- наименование и производитель – 6,0;
- качество (сертификация по международным стандартам ИСО и ХАССП – 4,1;
- отсутствие пищевых синтетических (искусственных) добавок – 1,8;
- пищевая ценность, в том числе полезность для организма – 1,8.

Наиболее значимыми свойствами для респондентов оказались органолептические качества, срок годности и цена (стоимость). Можно предположить, что значительная часть населения, зная о специфических свойствах ирги и черноплодной рябины, на первое место поставили органолептические свойства. Второе и третье место по значимости заняли цена и качество, что отвечает традиционному желанию покупателя: «соответствие цены и качества». Можно предположить, что свойства, определяемые составом, и есть функциональные свойства. Важна для потребителя упаковка и дизайн, поэтому респондентам задан вопрос о предпочтении к материалу упаковки паст из ирги и черноплодной рябины. Мнения разделились: 35,1 % опрошиваемых – предпочитают стекло; 38,7 % – пластик.

Респондентам был задан вопрос: «Я бы обязательно обратил внимание на данные продукты в случае: ... ». Вопрос подразумевал несколько возможных вариантов ответа. Распределение ответов, на указанный вопрос следующее: 35,7 % респондентов ответили, что обратили бы внимание при наличии товаров на прилавках магазинов; 34,8 % – в случае большей информированности о них; 33,6 % – при наличии рекламной акции; 11,5 % – ответили «мне это не интересно»; 8,7 % – «затрудняюсь ответить»; 6,5 % – при наличии привлекательной (яркой) упаковки и 1,5 % – «собственный вариант».

Очевидно, что для повышения интереса к данной продукции, во-первых, требуется производить её в достаточном количестве и, во-вторых, повышать уровень информационной осведомленности различными способами.

Таким образом, необходимо формировать потребительские предпочтения к продуктам переработки ирги и черноплодной рябины как продуктам функционального назначения, а также источникам функциональных ингредиентов для введения в пищевые продукты, как массового потребления, так и специализированного назначения, в том числе в состав новых видов обогащенного безглютенового хлеба.

В целом формируемые потребности (результаты социологического опроса) являются фактором, формирующим потребительские свойства продукта на этапе разработки его технико-технологического образа. Полученные результаты учитывались при разработке и товароведной оценке рецептур и технологических схем получения новых видов обогащенного безглютенового хлеба.